

「消費者問題シンポジウム in 京都」プログラム

平成 27 年 6 月 27 日（土）13：30 ～ 16：30 於：京都リサーチパーク ルーム 1
公開シンポジウム「エシカル・コンシューマーへの道」
～消費者の権利と消費者・消費者団体のそれぞれの役割～

司 会 内閣府消費者委員会事務局長 黒 木 理 恵

1. 開会挨拶

京都消費者契約ネットワーク理事長 高 嶋 英 弘

2. 基調講演「消費者委員会の活動と消費者教育について」

講 師 内閣府消費者委員会委員長、東京大学大学院教授 河 上 正 二

3. 報告「消費者市民社会の実現に、消費者・消費者団体はここまでできる」

～適格消費者団体の成果(KCCNの実績)と新訴訟制度の課題～

報告者 京都消費者契約ネットワーク副理事長、弁護士 野 々 山 宏

～～ 休 憩（約 10 分） ～～

4. パネルディスカッション

「消費者市民社会を目指した積極的消費者としての活動について」

<コーディネーター>

京都消費者契約ネットワーク副理事長、弁護士 野 々 山 宏

<パネリスト>

京都消費者契約ネットワーク理事・事務局長、弁護士 長 野 浩 三

消費者庁消費者教育・地方協力課長 植 田 広 信

コンシューマーズ京都理事長 原 強

京都生活協同組合副理事長 柴 田 弘 美

5. 総括コメント

内閣府消費者委員会委員長、東京大学大学院教授 河 上 正 二

- ★ 記録のため、会場内の写真撮影を行います。撮影した写真は、内閣府公式 Facebook や消費者委員会ホームページ等に掲載する場合がございます。ご了承ください。

(配布資料リストは裏面)

【配布資料】

資料1 「消費者委員会の活動と消費者教育について」河上委員長資料

資料2 「消費者市民社会の実現に消費者・消費者団体はここまでできる・・・
消費者団体の成果と新訴訟制度の課題」野々山副理事長資料

- －1 野々山副理事長レジュメ
- －2 京都府資料・消費者教育推進計画（体系図）
- －3 京都府資料・消費者教育推進計画の概要 p 2 2
- －4 消費者庁資料・「倫理的消費」調査研究会発足
- －5 京都市資料・DO YOU KYOTO?
- －6 京都大学フェアトレードサークルまなびやハチドリ資料

資料3 パネリスト植田課長資料

資料4 パネリスト長野理事・事務局長資料

資料5 パネリスト原理事長資料

アンケート

2015.6.27(土)

「消費者委員会の活動と消費者教育について」

内閣府消費者委員会委員長 河上 正二

1. 「消費者委員会」というところ (→参考資料1.2.3 参照)

消費者庁及び消費者委員会設置法

平成 21(2009)年 9 月 1 日に発足 (平成 25 年 9 月 1 日から第 3 次委員会)

→10 名の民間委員からなる独立した行政組織(第三者機関)

審議会機能・行政監視機能・国民とのパイプ機能

- ・「建議」等を通じての関係機関への勧告・報告要求、自ら調査による資料請求権
- ・消費者行政の司令塔たる消費者庁の良心と良識の府として
消費者庁・国民生活センターとも一定の緊張関係を保ちつつ、連携・協力
- cf.「消費者基本計画」の検証・評価・意見具申
- ・これまでの活動内容 (→参考資料 4 参照)
- ・メールマガジン配信中 (→参考資料 5 参照)

こちらの URL から登録ができます⇒http://www.cao.go.jp/consumer/about/cc_e-maga.html

2. 最近の建議・提言から (→建議・提言等：活動実績 参考資料 4 参照)

(1) 組織・制度の大問題……中長期的な消費者政策基本問題を考える

- ・国民生活センターの消費者庁への一元化問題(H23.7.15 意見など)
消費者庁・消費者委員会・国民生活センターそれぞれの良さを活かして、3 極の緊張ある連携協力関係を！
- ・地方消費者行政の活性化のために(H24.7.24 建議ほか) (→参考資料 6 参照)
地方の消費者政策、消費センターの活動の充実と質の向上のために、一定の安定した経済的支援を！
- ・公共料金の透明化と消費者参加のために(H24.2.28 建議ほか)
消費者代表の声を届けて徹底した経費削減と経営の合理化で適正な公共料金の確保を！
- ・景表法への「課徴金制度」の導入についての答申(H26.6.10)
- ・パーソナルデータの利活用に関する意見(H26.7.15)(→参考資料 7 参照)
- ・クレジットカード取引に関する消費者問題についての建議(H26.8.26)
(→参考資料 8 参照)

(2) 関係省庁の隙間に落ちた諸問題……縦割り行政に消費者目線で横串を刺す

- Ex.1 違法ドラッグ・「脱法ハーブ」など 厚生労働省・消費者庁・経産省
- Ex.2 医療機関債の不当勧誘 厚生労働省・金融庁・消費者庁
- Ex.3 美容医療・エステの不当広告問題 厚生労働省・経産省・消費者庁

自分の管轄外と責任を押しつけ合うのではなく緊密な連携・協力関係の下で被害の発生に速やかな対処を！

(3) 法の厳格な執行と立法的手当てを求めて……必要な制度的手当てを求める

Ex.1 特定商取引法の改正(訪問購入:「貴金属の押し買い」問題など)

(→H23.11.11 提言)

cf.2013.2.21 施行(課題となる「適用除外」の運用の監視)

Ex.2 リスク・情報、リコール情報の周知徹底策について(→H25.2.12 建議など)

「リスク情報」、「リコール情報」を効果的に伝達するためのリスクコミュニケーション

cf.長崎老人ホーム出火事件、「茶のしずく」アレルギー事件、カネボウ美白美容液白斑事件

Ex.3 消費者契約法(実体法部分)の見直し問題(→「論点整理」報告書 参考資料 9 参照)

集团的消費者訴訟制度を実効性あらしめるためにも、速やかな見直しを

Ex.4 高齢投資被害の対策(→H25.8.6 建議)(→参考資料 10 参照)

高齢者の「いのち金」を狙った悪質な投資勧誘の被害をなくすために

Ex.5 教育・保育施設等における事故情報の収集及び活用に関する建議

(→H26.11.4 建議)(→参考資料 11 参照)

cf.「商品先物取引における不招請勧誘禁止規制に関する意見」(H25.11.12 意見)(→参考資料 12 参照)

cf.「クラウドファンディングに係る制度整備に関する意見」(H26.2.25 意見)

cf.「商品先物取引法における不招請勧誘禁止規制の緩和策に対する意見」(H26.4.8 意見)

cf.「適格機関投資家等特例業務についての提言」(H26.4.25 提言)

その他: IT 関連の不当な広告についての「考え方」(H25.8.27 意見)、

個人情報流出問題と「名簿屋」についての意見など(H26.9.9 意見)

3. 消費者委員会における当面の主要課題(→参考資料 13 参照)

消費者の安全、IT関連問題、消費者基本計画の策定など。

下部組織での消費者契約法、特定商取引法の見直しなど。

4. 消費者教育について

(1)消費者教育推進法の成立(平成 24 年 8 月 10 日可決・成立、12 月 13 日施行)

消費者教育推進計画・消費者教育推進会議(+地域協議会)・消費者市民教育

(2)消費者委員会

「消費者教育の推進に関する基本方針の策定に向けた意見」(平成 24 年 12 月 25 日)

(参考資料 14 参照)

消費者教育の担い手の育成・確保、関係部局の連携強化、自治体支援など

(3)法の教育と消費者教育(参考資料 15 参照)

a. 法教育と消費者教育 平成 23(2011) 年度以降の新しい学習指導要領(教科等)における法教育関連の記述によれば、小学校で、ルールや決まりを守ることの意義が教えられ、中学

校あたりからは、「自分の生活が環境に与える影響について考え、環境に配慮した生活を工夫すること」が求められ、とくに、市民的分野では「身近な消費生活を中心に経済活動の意義を理解させるとともに、価格の動きに着目させて市場経済の基本的な考え方について理解させる。国民生活と福祉の向上を図るために、国や地方公共団体が果たしている経済的な役割について考えさせる。その際、社会資本の整備、公害の防止など環境の保全、社会保障の充実、消費者の保護、租税の意義と役割及び国民の納税の義務について理解させるとともに、限られた財源の配分という観点から財政について考えさせる」とし、家庭科では、「販売方法の特徴や消費者保護について知り、生活に必要な物資・サービスの適切な選択、購入及び活用ができる」ことを課題に挙げている。

b.消費者基本法における消費者教育の充実要請 消費者基本法第7条1項によれば、消費者には、消費生活に関する必要な知識の修得や必要な情報の収集等自主的かつ合理的に行動することが求められ、こうした消費者の自立を支援することが国に求められ、同法第17条には、国の講ずべき施策の一つとして消費者教育の充実が明記されている。また、平成21年の消費者庁設置関連三法案の国会審議においても議論がなされ、衆議院では、消費者安全法に定める国及び地方公共団体の責務に消費生活に関する教育活動を追加する等の修正が行われた。参議院では、消費者庁設置関連三法案に対する附帯決議において、消費者庁が消費者教育推進の司令塔機能を果たすことや、消費者教育に関する法制の整備について検討を行うこと等を明記した。これらを受けて、平成22年3月に閣議決定された消費者基本計画にも、消費者教育の推進が盛り込まれた。

c.学校教育の現場と大震災の教訓 ところが、学校教育の現場では十分な授業時間が確保できず、また、高齢者を始めとする成人を対象とした社会教育についても効果的な取組がなされないまま、多数の若者・高齢消費者被害が発生した。また、東日本大震災の際に、消費者による食料品や水、ガソリンなどの買い急ぎや買いだめが行われ、首都圏においてすら生活関連物資が品薄状態となる事態が発生した。こうした事情を背景に、消費者が必要な情報を得て、自主的かつ合理的に行動するべく、消費者教育を充実させることが今日の重要課題と考えられ、「消費者教育の推進に関する法律」制定への動きが、にわかに活発化したという経緯がある。

d.消費者教育推進法の理念と基本的考え方 消費者教育推進法の立法趣旨は、「消費者教育が、消費者と事業者との間の情報の質、量及び交渉力の格差等に起因する消費者被害を防止するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるようその自立を支援する上で重要であることに鑑み、消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利であることを踏まえ、消費者教育を総合的かつ一体的に推進するために必要な事項を定めようとする」ところに求められ、その具体的内容として、次の事項が盛り込まれた。

- 1、消費者教育及び消費者市民社会について定義すること。
- 2、消費者教育について七つの基本理念を定めること。
- 3、消費者教育の推進のための国及び地方公共団体の責務並びに消費者団体、事業者及び事業者団体の努力について定めること。また、政府に対し必要な財政上の措置等を講ずることを義務付けるとともに、地方公共団体

は必要な財政上の措置等を講ずるよう努めなければならないこと。

4、政府は消費者教育の推進に関する基本的な方針を閣議決定すること、また、地方公共団体は、この基本方針を踏まえ、消費者教育推進計画を定めるよう努めなければならないこと。

5、学校、大学等、地域における消費者教育の推進及び事業者等による消費者教育の支援等について定めること。

6、消費者庁の審議会等として、消費者、事業者及び教育関係者、消費者団体、事業者団体その他の関係団体の代表者、学識経験者並びに関係行政機関等の職員で組織する消費者教育推進会議を置くとともに、地方公共団体は消費者教育推進地域協議会を組織するよう努めなければならないこと。

法案に対しては、地域主導よりも中央集権的な発想を増幅させるのではないかとの危惧や、教育現場の負担、他の基礎教育カリキュラムを圧迫するのではないかとの疑問もあったが、無事に成立に至った。その基本的考え方は、大いに評価できるものである。

e.誰が、何を、誰に(どの段階で)、どのように

教育主体は多様である。学校の教師、消費者相談員、両親、事業者、行政担当者などが消費者のそれぞれの発達段階にあわせて、消費者問題のありかや解決策について語りかけることが求められる。

それぞれの教育主体が消費者問題についての理解を深めることも重要な課題である。

やや問題なのは、その中身と方法である。良き「消費者市民」として、環境や社会的影響を考へながら適切かつ合理的な消費行動をとることが求められることは一般論として望ましいことであることに疑いはないが、だからといって、美しく包装されたプレゼントを「過剰包装である」と排除するような態度が常に好ましいわけではない。要は、市場における各人の消費行動において、「自分にとって何が必要か」、「どのようなライフスタイルを選択するか」を、適切な情報に基づいてきちんと選択・判断できるだけの選択眼と責任ある行動をとれる責任ある社会人としての資質を向上させることが期待されているに過ぎないことに留意する必要がある。その意味では、自立した社会人として賢明な生き方をできるようにと願う、通常の教育目標ともななら異なることはない。教育基本法の前文は「個人の尊厳を重んじ、真理と正義を希求し、公共の精神を尊び、豊かな人間性と創造性を備えた人間の育成」を期しており、消費者教育としてその例外ではない。

適切な情報提供や啓発活動等によって、消費者が、選択の幅を広げ、不当勧誘や誤認誘導に惑わされないようにしたり、製品の安全性について知識を深めて自身の身を守る術を身に着けること(ただし中途半端な知識はかえって危険である)、社会的に弱い立場にある消費者の見守りを強化することなどは、大いに推進されるべきであろうが、こと「価値の選択」、「生き方の選択」については、教育はより謙抑的で慎重であることが望ましい。その意味では、エシカル(倫理的)な消費という言葉に対する違和感是否定できない。むしろ、きちんと一定の選択的行動の利害得失を考え、私的利益・公共的利益の双方に目配りしながら、持続的社會に向けて、責任ある選択的消費行動をとれる社会人としての基礎的能力(総合的な「人間力」といってもよい)の涵養をこそ考えるべきであって、決して一定の価値観の押し付けにならないよう、個人の発達段階に応じて、教材・

教え方にも十分な配慮が求められよう。(副産物。「教えることが学ぶこと」)

5. おわりに

- 被害に対する防衛策から一歩進んで、積極的に良いものを選びとる知恵の獲得へ
- より良い市場を育てるのは、事業者・行政の努力と消費者の選択眼(消費者主権)であること
- 消費者問題の解決には、消費者自身が主体となって学び、行動する必要があること
- エコ商品、環境にやさしい洗剤、再生紙、フェアトレード商品 etc は誰のため?
- 「弱く愚かな」「保護の対象」としての消費者から、「強く賢く」「選択・行動する」主体的で責任ある消費者(消費者市民)へ
- 消費者の積極的な選択的消費は、企業活動を変える
 - 「消費者」 VS 「事業者」からWin-Winの関係へ —

以上